



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Plano de Ensino

Universidade Federal do Espírito Santo		Campus Goiabeiras	
Curso: Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 19/02/2024			
Docente Responsável: Livia Silva de Souza			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/9579821848792166			
Disciplina: Tópicos Especiais em Publicidade e Propaganda V – Publicidade e redação: oficina de copywriting			Código: COS04931
Pré-requisito:	Nenhum		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semanal		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30h	30h	0
Ementa: Redação publicitária e copywriting. Técnicas de criatividade. A definição do conceito criativo. O desdobramento do conceito criativo para os pontos de contato. Tecnologias e ferramentas a serviço da criação publicitária.			
Objetivo geral: Elaborar peças e campanhas publicitárias criativas e adequadas às necessidades do cliente e mercado consumidor.			
Objetivos específicos: <ol style="list-style-type: none">1. Conhecer a área de redação publicitária e copywriting.2. Compreender a importância das tecnologias e ferramentas na criação publicitária.3. Entender o papel do copywriting na elaboração da campanha para todos os pontos de contato.4. Praticar exercícios de redação publicitária com diferentes objetivos.5. Criar conceitos criativos e textos publicitários.			

Conteúdo Programático

1 - A redação publicitária e o copywriting para além do texto do anúncio

- 2 - Técnicas de criatividade
- 3 - O conceito criativo
- 4 - A elaboração da campanha para os pontos de contato a partir do conceito criativo
- 5 - Criação de PR Stunts e apresentação da ideia
- 6 - Tecnologias e ferramentas a serviço da redação publicitária
- 7 - Noções de gerenciamento de comunidades (CM)

Metodologia:

Aulas expositivas dialogadas;
Brainstorm;
Criação de campanhas e peças publicitárias.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A avaliação será realizada de forma contínua ao longo do semestre, com a pontuação distribuída da seguinte forma:

- 5 exercícios desenvolvidos e apresentados em duplas, ao longo das aulas, valendo 1 ponto cada. (5,0)

- Avaliação final: os alunos poderão escolher o exercício de que mais gostaram, e desenvolvê-lo a partir das devolutivas da professora e da turma. Será entregue e apresentado na aula do dia 26/06. (5,0)

Bibliografia básica:

CARRASCOZA, João Anzanello. Do caos à criação publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. 3a edição. São Paulo: Loyola, 2003.

WAITEMAN, Flávio. **Manual prático de criação publicitária**: o dia-a-dia na criação de uma agência. São Paulo: Nobel, 2006.

Bibliografia complementar:

ALVES, Maria Cristina Dias. Da big idea ao big data em 10 anos do Cannes Lions: publicidade em tempos incertos. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 1-18, jan./jun. 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/198641/184278>

CARRASCOZA, João Anzanello; SANTARELLI, Cristiane. **Tramas publicitárias**: narrativas ilustradas de momentos marcantes da publicidade. São Paulo: Ática, 2009.

GONÇALVES, Renato. **Cr(IA)ção**: criatividade e inteligência artificial. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2023.

MARCONDES, Pyr. **Marcas**: uma história de amor mercadológica. São Paulo: Meio & Mensagem, 2003.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. 4a edição. São Paulo: Brasiliense, 2010.

CRONOGRAMA

AULA 1 – 13/03 | Apresentação da disciplina, bibliografia e critérios de avaliação. Discussão sobre criatividade na publicidade hoje.

AULA 2 – 20/03 | A redação publicitária e o copywriting para além do texto do anúncio. Estudo de caso. Briefing n.1. Formação das duplas criativas.

AULA 3 - 27/03 | Entrega e apresentação do exercício n.1. Feedback.

AULA 4 – 03/04 | Técnicas de criatividade. Briefing n. 2. Brainstorming em grupo.

AULA 5 – 10/04 | Entrega e apresentação do exercício n.2. Feedback.

AULA 6 – 17/04 | O conceito criativo. Análise de campanhas publicitárias. Briefing n.3.

AULA 7 – 24/04 | Entrega e apresentação do exercício n.3. Feedback.

01/05 - FERIADO

AULA 8 – 08/05 | A elaboração da campanha para os pontos de contato a partir do conceito criativo. Criação de PR Stunts e apresentação da ideia. Briefing n.4.

AULA 9 – 15/05 | Entrega e apresentação do exercício n.4. Feedback.

AULA 10 – 22/05 | Otimização do texto para serviços de buscas: noções de SEO.

AULA 11 – 29/05 | Tecnologias e ferramentas a serviço da redação publicitária. Ou: o Chat GPT vai roubar meu emprego? Briefing n. 5.

AULA 12 – 05/06 | Entrega e apresentação do exercício n.5. Feedback.

AULA 13 – 12/06 | Noções de gerenciamento de comunidades (CM). Palestra com profissional.

AULA 14 – 19/06 | Orientação dos trabalhos finais.

AULA 15 – 26/06 | **Atividade avaliativa**: Entrega e apresentação, em duplas, da campanha escolhida, retrabalhada e finalizada.

AULA 16 – 03/07 | Devolutiva dos trabalhos.

AULA 17 – 10/07 | **Prova final**. Encerramento da disciplina.

PROFESSOR: Livia Silva de Souza

EMAIL: livia.souza.37@ufes.br

